etnográfica • maio de 2007 • 11 (1): 63-89

"A poesia dos simples": arte popular e nação no Estado Novo

Vera Marques Alves

Nos anos 30 e 40 do século XX, o Secretariado da Propaganda Nacional – órgão máximo da propaganda do regime de Salazar – desenvolveu um largo conjunto de iniciativas folcloristas que marcaram a memória crítica do Estado Novo. Este artigo sonda os limites de uma interpretação que reduz tal política a um instrumento de domesticação do povo, mostrando que é nos mecanismos de afirmação da nação, dentro e fora das fronteiras portuguesas, que podemos encontrar a explicação mais pertinente para a campanha etnográfica então empreendida. E é em função de tal proposta que abordaremos ainda os processos de manipulação e selecção dos materiais da cultura popular aí implicados, mostrando como, através dos mesmos, o SPN/SNI veiculou um retrato do país baseado na imagem do povo português enquanto camponês-esteta.

PALAVRAS-CHAVE: Estado Novo, SPN/SNI, António Ferro, arte popular, nação, camponês-esteta.

ARTE POPULAR E NAÇÃO NA POLÍTICA FOLCLORISTA DO SPN/SNI

Entre as ideias que constituem a memória crítica do Estado Novo português, está a de um regime criador de perfis idílicos da nação, encenador do mundo campestre das aldeias, inventor de ranchos folclóricos e de galos de Barcelos.[1] Como se sabe, um dos principais contributos para a construção dessa imagem foi dado pelo Secretariado da Propaganda Nacional, o órgão máximo da propaganda do regime, criado em 1933 e dirigido durante os primeiros dezasseis anos por António Ferro, figura proeminente do primeiro modernismo, escritor e jornalista. De facto, desde o início da sua actividade que o Secretariado da Propaganda Nacional, também conhecido por SPN e mais tarde

1 Este artigo e o texto da comunicação que lhe serviu de base resultam da investigação desenvolvida no âmbito da realização de uma tese de doutoramento que foi objecto de uma bolsa concedida pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia ao abrigo do Programa Praxis XXI.

por SNI (Secretariado Nacional da Informação, Cultura Popular e Turismo), desenvolveu uma política folclorista sistemática e continuada no tempo, com repercussão a nível interno e fora das fronteiras portuguesas. Ao longo dos anos 1930 e 1940, organizou várias exposições de arte popular, promoveu o concurso da aldeia mais portuguesa, editou livros de temática etnográfica, lançou espectáculos e palestras com dança e música populares, tentou estabelecer um estilo decorativo contemporâneo inspirado nos motivos rústicos, criou os Bailados Verde-Gaio, companhia de dança marcada por um repertório de cariz folclórico, fundou o Museu de Arte Popular, etc. Este texto tem como propósito identificar alguns aspectos da imagem da cultura popular e do povo português que tais iniciativas ajudaram a criar e a veicular, avaliando os processos de apropriação, recriação e selecção dos materiais etnográficos subjacentes às mesmas.

Mas, antes de mais, interessa tecer algumas considerações em torno do que estaria em jogo nesta política folclorista. Muitos dos estudos que abordam as práticas etnográficas do SPN/SNI colocam-nas no plano de uma política de cultura popular, ou seja, de uma política de distracção do povo, cujo objectivo principal seria o de controlo do potencial de descontentamento dos mais desfavorecidos, permitindo assim que a ditadura se legitimasse junto das massas. Para dar um exemplo elucidativo do que foi, e em muitos casos ainda é, a vulgarização deste tipo de aproximação, remeto para um artigo de Manuel Cadafaz de Matos (1984: 130), no qual se afirma que uma das principais preocupações do SPN teria sido a de fomentar "a criação de ranchos folclóricos (...) a fim de que o nosso povo se divertisse à grande e à francesa e se alheasse dessas coisas fastidiosas da política que deveriam ser só para os políticos". Num texto mais recente, Mário Vieira de Carvalho (1996: 649), referindo-se também à promoção dos ranchos folclóricos por parte do Secretariado, bem como ao Concurso da Aldeia mais Portuguesa de Portugal de 1938, fala da formação de uma ideologia identitária cujo objectivo seria o de criar o "autocontentamento conformista", e alimentar a "submissão da grande massa da população" ao poder instalado. Uma espécie de alternativa, sugere ainda o autor, às campanhas educacionais encetadas pela República, mas que, ao contrário destas, promoveriam o atraso rural, a pobreza e o analfabetismo.

São afirmações que interpretam as iniciativas folcloristas do Secretariado em função de um modelo geral de explicação, segundo o qual o poder político utiliza a cultura popular "para adaptar e regular as condutas e modelar as mentalidades daqueles mesmos dos quais ela saiu" (Besnard 1979: 62). Mas, simultaneamente, tais asserções desdenham um conjunto de factos que caracterizam as iniciativas referidas. Em primeiro lugar, deve dizer-se que a política do SNI em relação aos ranchos folclóricos, sempre tão evocada, é muito mais caracterizada pela ambiguidade, e até por algum distanciamento, do que

pelo puro incentivo.[2] Mas, mais importante, convém esclarecer que, quando olhamos para o conjunto das práticas etnográficas em causa – e, em especial, quando damos atenção aos seus públicos –, apercebemo-nos (e isto apesar de alguma retórica populista que acompanha estas iniciativas), que o seu objectivo principal não era distrair o povo ou mesmo inculcar os valores do regime entre as camadas populares. O que observamos, com efeito, é que as iniciativas do SNI em torno da arte popular não se desenvolveram de forma nenhuma nos limites dos meios rural e proletário, dirigindo-se amiúde às classes médias e camadas mais altas da sociedade portuguesa, e escolhendo, para se mostrar, em vez das áreas periféricas, os ambientes urbanos e mesmo cosmopolitas. E, a par dos eventos desenvolvidos intramuros – alguns dos quais, como o Centro Regional da Exposição do Mundo Português, alcançaram grandes audiências –, muitas dessas iniciativas eram oferecidas a públicos estrangeiros, havendo, também aí, uma forte presença das elites. Uma das marcas da política folclorista promovida por António Ferro é, de facto, a sua orientação para o exterior, havendo uma preocupação constante em levar a arte popular portuguesa a outros países, o que acontece, logo em 1935, com a exposição organizada em Genebra junto da Sociedade das Nações, nos pavilhões portugueses da Exposição Internacional de Paris de 1937 e da Feira Mundial de Nova Iorque de 1939 e, finalmente, em Madrid, no ano de 1943, e em Sevilha e Valência, no ano seguinte.

Como já tive ocasião de observar num outro texto (cf. Alves 2003), as tentativas de explicar o folclorismo oficial do regime raramente têm em conta as iniciativas levadas a cabo no estrangeiro, as quais, quando muito, são vistas como experimentações do que é feito intramuros, sendo a sua análise diluída no estudo das formas de inculcação da ideologia ruralista e conservadora do regime e da sua legitimação doméstica. E, no entanto, as razões que impeliram o Secretariado a levar tantas vezes a arte popular a outros países são, a meu ver, aquelas que estão subjacentes a toda a política folclorista desenvolvida por este organismo. A saber, o processo de construção da identidade nacional e de afirmação da nação através da cultura popular. A arena internacional constitui, de facto, um terreno fulcral para a afirmação das nacionalidades. E se, como defende Orvar Löfgren (1989:12), o culto dos sentimentos de pertença nacional no seio de um determinado país é da máxima importância nos modos

2 Até meados da década de 1940, os contactos entre o SNI e os ranchos folclóricos parecem ser pontuais. Foi preciso chegar a 1947 – catorze anos sobre a criação do SPN – para que este organismo desse início a uma política consistente dirigida a tal área da revitalização da cultura popular, promovendo concursos e espectáculos e apoiando exibições. Mesmo nessa altura, todavia, ao contrário de uma acção larga de incentivos, a postura do Secretariado consistiu sobretudo na selecção e definição de um conjunto reduzido de agrupamentos que utilizava nas suas iniciativas e apoiava em deslocações ao estrangeiro. Para uma primeira reflexão em torno dos traços ambíguos da aproximação do SNI aos grupos folclóricos, ver Alves (2003: 198-203).

de construção da nação, a comunicação externa ocupa também aí um lugar decisivo. Entende-se, nesse sentido, que a prova de uma identidade nacional é inócua se restringida às próprias fronteiras e que uma nação só se consegue afirmar se for aceite enquanto tal pelas restantes comunidades nacionais. É a necessidade de tal reconhecimento que explica, por sua vez, a relevância de eventos como as exposições universais para a afirmação das nações (cf. Löfgren 1993: 168). Podemos portanto dizer que, quando António Ferro escolhe a arte popular para representar Portugal extramuros, nomeadamente nos certames internacionais, e faz das audiências estrangeiras um dos principais alvos da política folclorista desenvolvida pelo SNI, está a destacar a função identitária de toda a sua campanha etnográfica. O que, além do mais, se torna nítido nos diversos discursos e textos que acompanham tais iniciativas, saturados de referências à pátria e nos quais a arte popular era apresentada como uma emanação directa da alma da nação. É, aliás, ao analisarmos os escritos de Ferro, ainda dos anos 20, que tal projecto adquire maior evidência. Por essa altura, o jornalista e repórter internacional está verdadeiramente obcecado com a falta de projecção externa da imagem de Portugal e é precisamente nas exposições internacionais que vê a solução para escapar a tal condição. E – o que ainda é mais esclarecedor – é então que ele defende que deveríamos escolher a arte popular para aí representar o país. Leiam-se, a título ilustrativo, algumas passagens de um artigo seu publicado em 1929:

> As nações reúnem-se, de quando em quando, em assembleia geral, para demonstrarem umas às outras o seu adiantamento, o seu carácter, a força do seu povo, o seu progresso. Estas assembleias são as exposições internacionais. As pátrias vivas dão contas à civilização do que têm feito, do que se preparam para fazer. Pretextos, ocasiões únicas para reabilitar uma nação caluniada, um povo que se fixou na memória dos outros como um povo atrasado. Eu não me esqueço de que principiei a admirar profundamente o México assustador das revoluções e das bombas, cujo nome ainda hoje é um rastilho, desde que o vi na exposição do Rio de Janeiro, desde que entrei no seu admirável pavilhão azteque, decorado audaciosamente por Montenegro (...). E a palavra México, no ficheiro da minha memória e da minha sensibilidade, passou desde então, a evocar outra ideia de progresso e de bom gosto, de cultura, de espírito, de raça, de largueza (...). A impressão vai alastrando e não tardará o dia em que se faça justiça completa aos mexicanos (...). E essa reabilitação será uma consequência directa das exposições internacionais.
>
> O que se está dando com o México, principiou a dar-se connosco em Sevilha (...). Todos os que foram à exposição Ibero-Americana e que tenho cruzado no meu caminho, nos corredores dos comboios, nas mesas vizinhas dos restaurantes, na atmosfera oficial e mundana dos banquetes do Ritz

> – espanhóis, franceses, sul-americanos, gente de todas as raças – falam do nosso pavilhão com um entusiasmo que não engana (...) E Portugal, em Sevilha, pelo menos, deixou de ser o país das revoluções, para ser o país que levantou, em meia dúzia de meses, o lar mais acolhedor da exposição (*Diário de Notícias*, 4 de Junho de 1929).

E, algumas linhas adiante, define aquilo que Portugal deve mostrar neste tipo de certames, quase que enunciando o que viria a ser a configuração dos pavilhões erigidos na Exposição Internacional de Paris em 1937 e na Feira Mundial de Nova Iorque em 1939:

> Se não podemos levar máquinas, nem automóveis, nem aviões, se não podemos teatralizar a nossa exposição com (...) modelos de comboios e paquetes (...) – porque não fazer uma parada de indústrias regionais, tapetes, mobílias, faianças – tudo quanto nos dá carácter, todas essas coisas pobres que são a riqueza, afinal, da alma de uma nação? O mundo não nos conhece – precisamos antes de mais nada dar-lhe o nosso retrato (*id., ibid.*).

Dar um retrato de Portugal ao mundo – eis uma dimensão crucial do programa que Ferro vai tentar concretizar através da política folclorista que desenvolve enquanto director do SPN/SNI. Este programa manifestar-se-á, entretanto, noutras vertentes que não apenas a presença nas exposições internacionais. António Ferro vai, nomeadamente, colocar a arte popular ao serviço da criação daquilo a que chamava uma nova fachada para Portugal (cf., por exemplo, Ferro s.d.: 23), fixando-se num plano que tem a marca modernista do seu trajecto pessoal e que visava transformar a própria fisionomia do país. O objectivo era fazer emergir uma nação "civilizada e moderna", mas detentora de uma série de signos distintivos que relevariam de uma identidade única. Neste âmbito, há um trabalho de modernização e, simultaneamente, de aportuguesamento de Portugal, que se dirige sobretudo às classes médias, ou seja, e seguindo a definição sugerida por Joel Serrão a propósito da sociedade portuguesa nas primeiras décadas do século XX, ao grupo constituído "em grande parte pelos que 'comem à mesa do orçamento' – servidores militares e civis do Estado – pelos comerciantes médios, pelas profissões liberais (médicos, advogados, escritores, jornalistas, actores, etc.)", cujo "peso é grande e decisivo nas cidades, sobretudo em Lisboa, capital do Estado-providência" (1978:42). Aqueles, afinal, com disponibilidade financeira e apetência cultural para um conjunto de práticas – como o consumo de arte ou o turismo – que os transformava nos potenciais agentes da renovação estética que o SNI pretendia implantar. A palavra de ordem era a modificação do gosto que deveria integrar referências da arte popular, ajudando a criar uma arte decorativa e uma arte plástica de feição contemporânea, mas de cunho nacional. Ferro encontrava aí uma forma

adicional de individualizar a nação portuguesa, dando-lhe maior visibilidade face ao exterior. Um exemplo evidente desta política foi a criação das Pousadas de Portugal em 1942, cuja decoração ficou a cargo do SPN: pequenos estabelecimentos hoteleiros onde o conforto moderno surgia a par da decoração inspirada nos motivos populares; sítios que fariam guerra a uma decoração passadista e sem identidade própria, composta de naperons, reposteiros pesados, colunas e solitários, substituindo-a por bonecos de barro e olarias regionais, tecidos simples e móveis de traço modernista desenhados pela equipa de pintores-decoradores do Secretariado (cf. Ferro 1949). A aposta num estilo rústico e moderno abrangeria também espaços como os restaurantes, os cafés e mesmo os interiores domésticos das classes médias. Nas páginas da *Panorama* – revista criada pelo SPN em 1941, que contemplava os tópicos característicos do universo magazinesco (livros, viagens, lazer, personalidades, arte e decoração), embora limitando-os ao espaço nacional – deparamo-nos com vários exemplos ilustrativos desse projecto de renovação estética.[3] Já no discurso de abertura do Centro Regional, António Ferro acentuava a importância desta faceta da sua política folclorista, dizendo:

> No domínio das coisas do Espírito (...) possuímos esta aspiração definida: a renovação do gosto em Portugal: todas as nossas iniciativas, desde uma exposição de quadros a uma exposição de montras, buscam essa finalidade (...) [E] para essa campanha vamos nós buscar precisamente, as nossas melhores armas. É o povo, sempre o povo, o melhor mestre nesta matéria (...). Pudéssemos nós trazer para a vida corrente, para a decoração dos nossos lares, filtrada pela visão dos artistas, as linhas, as formas, as cores da arte popular portuguesa e teríamos dado um grande passo na revolução do gosto em Portugal. Quando nos dedicamos portanto, com tanto entusiasmo, (a esta causa) não é pela aspiração infantil de brincar com bonecos ou pela aspiração legítima de desenvolver os nossos estudos etnográficos. É, antes, porque a nossa arte rústica é a grande fonte do bom gosto nacional. (*Novidades*, 3 de Julho de 1940)

3 Entre os casos de arranjos interiores que mereceram a atenção da *Panorama* encontra-se a casa da Quinta de Fóios em Azeitão, decorada no princípio dos anos 40 por Tom, que terá utilizado "os estilos tradicionais do país e os próprios materiais das regiões (...) para o desenho e construção do mobiliário (...) e para os objectos de uso e ornamentação." O mesmo artigo defendia entretanto o recurso aos modelos da arquitectura moderna na construção das casas de veraneio, por oposição aos "chalés e outros casarões inestéticos que durante largos anos se foram construindo por essas praias e campos do país (...)"(em "Uma casa de campo modelar", *Panorama*, n.º 10, 1942, 12-13). Outro exemplo é o da casa do Eng.º Pedro de Oliveira, em Carcavelos, apresentada num artigo intitulado "Como decorar casas de campo?" As fotografias que o integram ilustrariam como se "tirou o melhor partido de vários elementos regionais: a manta alentejana de cores garridas, as sanefas, pendentes e almofadas, a carpete de buinho do Algarve, as madeiras de ulmo e pinho nacionais e as aplicações em ferro forjado nos móveis." (*Panorama*, n.º 27, 1946)

Ao inaugurar a exposição "14 Anos de Política do Espírito", Ferro congratulava-se com o êxito de tal desiderato, afirmando que a obra do SPN "chega até a influenciar os que a negam e que, sem perceberem como, já preferem agora a jarra de Estremoz ao triste solitário, o azulejo de motivos populares – que apareceu pela primeira vez no Pavilhão de Paris – ao azulejo banalmente floreado a fingir antigo, a Pousada diferente ao hotel qualquer (...)." (Ferro 1948a: 8). Esta importância dada à decoração em geral e ao arranjo dos interiores domésticos em particular, confere ainda um alcance suplementar à política do gosto desenvolvida pelo Secretariado, promovendo aquilo que alguns autores vêem como um processo de construção da identidade nacional através da integração dos seus ícones na vida do dia-a-dia (cf. Billing 1995; Löfgren 1993: 189; Samuel 1989: lx). Com efeito, através de um novo estilo que usava os objectos e motivos da arte popular portuguesa para adornar os espaços de sociabilidade de certas elites, e nomeadamente as suas habitações (estilo que, de acordo com Ferro, ia sendo apropriado de forma quase inconsciente), a evocação da nação insinuava-se na rotina diária das classes médias, grupo particularmente predisposto a frequentar as pousadas ou a investir na decoração doméstica.[4] Em última análise, a política folclorista do SNI transformava o apego à casa numa forma de afeição pelas coisas nacionais e pela nação.

As grandes manifestações de arte popular desenvolvidas intramuros, e que englobam as iniciativas mais emblemáticas e mais comentadas da intervenção folclorista do SNI, como o Centro Regional da Exposição do Mundo Português de 1940, o Concurso da Aldeia Mais Portuguesa de Portugal, organizado em 1938, e o Museu de Arte Popular, inaugurado em 1948, devem também elas ser interpretadas como parte deste processo de construção da identidade nacional: associadas a um discurso de forte exaltação da pátria, abrangendo amplas audiências, nomeadamente através da larga divulgação veiculada pela imprensa, tais eventos constituíram momentos altos de celebração da nação entre os portugueses.

Em suma, podemos vislumbrar, na política folclorista do SNI, três planos (profundamente relacionados entre si) de utilização da arte popular enquanto idioma de afirmação nacional. Um plano que se centra em iniciativas orientadas

4 Se recuarmos à viragem do século XIX para o século XX, percebemos que a decoração da casa é um valor socialmente circunscrito. São as classes médias que lhe dão importância enquanto forma de afirmação e de realização pessoal (cf. Clarke 2001: 24; Frykman e Lofgren 1987: 126). Não há estudos sobre os contornos históricos, culturais e sociais das formas de consumo ligadas à decoração em Portugal. Pensamos, no entanto, que não será abusivo pensar-se que, nos anos 40, a sensibilidade para a apropriação de novos gostos no arranjo da casa estivesse associada a grupos sociais privilegiados, detentores de um capital económico e simbólico que os predispunha a tais práticas culturais. O facto de a revista *Panorama* devotar uma tão grande importância às "casas de campo", torna ainda mais evidente que esses mesmos grupos mereciam uma clara atenção por parte do SNI.

para o estrangeiro, e em particular nas exposições internacionais; uma segunda instância que se relaciona com a utilização das referências populares na criação de um estilo artístico contemporâneo de cariz nacional e através do qual se tenta imprimir uma nova fisionomia ao país; e, por fim, uma dimensão que se materializa em manifestações de celebração da pátria de grande impacte nacional. A imagem da cultura popular construída pelo Secretariado – aspecto que vou abordar de seguida – releva deste projecto de construção identitária, nas suas várias facetas. A sua eficácia política, vê-lo-emos adiante em traços breves, passará muito pela forma como a mesma vai contribuir para a veiculação de uma ideia de Portugal enquanto país de camponeses-estetas, indo assim ao encontro quer das necessidades de legitimação de um regime nacionalista, conservador e anti-luta de classes – que beneficiava sem dúvida de um modelo espiritual do povo e do retrato pacificado e amorável da nação que tal modelo suscitava – quer do desígnio mais amplo de afirmação de um carácter nacional supostamente único no seio de uma Europa em crescente efervescência nacionalista.

ASPECTOS DA ESTETICIZAÇÃO DA CULTURA POPULAR NOS CERTAMES ETNOGRÁFICOS DO SECRETARIADO

Toda a política que o SNI organiza em torno da arte popular portuguesa, parte de um vasto património de apropriação das tradições demóticas que se desenvolve ao longo do século XIX com as exaltações românticas e nacionalistas do popular. Muitos aspectos da representação do povo português que encontramos nas práticas e nos discursos etnográficos desenvolvidos pelo Secretariado da Propaganda Nacional relevam dessa herança e de um padrão de aproximação à cultura popular que se foi estabelecendo também no século XX; um padrão no qual é predominante a ideia de que é nos rurais – mais próximos de uma natureza supostamente purificadora, presos a instintos e sentimentos intactos (cf. Bendix 1997: 16) – que encontramos a verdadeira essência da pátria. Também de acordo com esta perspectiva, as multidões da cidade, as chamadas classes trabalhadoras, tidas como licenciosas, dadas ao crime e às lutas sociais, não são vistas como fazendo parte do povo.[5] Este é um discurso que existe pelo menos desde Herder, para quem, como lembra Peter Burke, "a multidão das ruas, que nunca canta ou compõe, antes guincha e estropia, não é o povo" (1981: 219). A cultura popular mostrada pelo SNI é também a cultura do mundo rural e, quando fala do povo, António Ferro fixa-se nos habitantes das vilórias e das aldeias, o oposto do que ele chama "o povo retórico, o povo

5 Ao agir em nome da cultura popular, defende Ernest Gellner, é a "vida saudável, pura e vigorosa dos camponeses" (1993 [1983]: 91) que o nacionalismo glorifica, e não o universo popular no seu todo.

discurso, falsamente povo, mascarado de povo" (*Diário de Notícias*, 5 de Junho de 1936), referindo-se assim às massas dos grandes centros urbanos, mais facilmente permeáveis à propaganda política e às revoltas sociais. O Concurso da Aldeia Mais Portuguesa de Portugal exprime, talvez melhor do que qualquer outra iniciativa do SPN, esta apologia das simples e pequenas comunidades campesinas, alegadamente resguardadas das influências nocivas da cidade (cf. Brito 1982; Félix 2003).

O culto generalizado do camponês – que envolvia não apenas a ideologia nacionalista, mas muita da produção intelectual do século XIX e princípios do século XX – conduzia, entretanto, a um outro nível de depuração, que passava pela obliteração de tudo o que de pretensamente nefasto existiria no mundo rural. Como observa Augusto Santos Silva em obra dedicada aos processos de construção moderna da cultura popular, "a identificação do popular com o camponês (...) é bastante selectiva, resultando de uma leitura das condutas populares segundo os critérios de avaliação moral e estética sedimentados no 'processo de civilização'." (1994: 104). Não se trata, pois, apenas da rejeição da cultura das camadas populares urbanas, mas também da construção de um retrato idílico da vida nos campos, no qual não cabe a figura do camponês enquanto força de trabalho, ou os conflitos sociais e a violência inerentes à vida agrária; um retrato que transforma os indícios de miséria numa imagem benévola da pobreza, conotada com a simplicidade e o desprendimento dos bens materiais. Trata-se de um quadro geral comum às práticas e aos discursos etnográficos que se encontram associados aos movimentos nacionalistas dos mais diversos contextos e que as iniciativas do SNI reproduzem plenamente.[6]

No caso da política folclorista do Secretariado, o retrato idílico do camponês passa sobretudo por uma forte esteticização e embelezamento dos materiais da cultura popular. Para além de apresentar uma imagem dos campos depurada

6 Entre os inúmeros casos que ilustram a idealização do rural por parte das práticas e dos discursos etnográficos associados à afirmação nacionalista, assinalamos aqui apenas três contextos exemplificativos: em busca da eterna alma nacional, a etnografia grega de oitocentos veiculava a ideia da vida camponesa como sã, simples e serena, por oposição ao poluído mundo moderno (Damianakos 1985). Na Suécia da viragem do século, por sua vez, o culto do camponês enquanto representante de tudo o que haveria de genuinamente nacional materializava-se nos célebres dioramas do Museu Nórdico, onde os rurais apareciam sempre vestidos nos seus mais belos trajos de domingo, apagando-se todos os sinais de impureza, sujidade e fumo das reconstituições das cenas domésticas da vida popular aí patentes (Hellspong e Klein 1994: 25). Também nas versões da identidade inglesa das primeiras décadas do século XX, predominava a ideia de que a essência da nação residia nas pequenas aldeias rurais e nos seus "inocentes" habitantes, camponeses imunes a ideologias, conflitos e lutas sociais. Uma imagem para a qual terá contribuído decisivamente o movimento de revivalismo folclorista dos anos 10 que, através do trabalho de recolha de Cecil Sharp, reuniu um conjunto de canções populares desprovidas de quaisquer referências a clivagens entre classes ou a temas políticos mais recentes do que as guerras napoleónicas. (cf. Boyes 1993: 70-71 e 98).

de sinais de miséria, sujidade ou fealdade, a cultura popular é transformada em objecto de contemplação e comprazimento estético, aspecto que, só por si, tende a anular qualquer pensamento relativo aos constrangimentos e dificuldades por que passavam os trabalhadores rurais nos anos 1930 e 1940.[7] As iniciativas etnográficas do Secretariado participavam, assim, do universo moderno e altamente imagético de que o SPN foi grande promotor com os seus concursos de montras, de cartazes e de estações floridas,[8] e através dos quais António Ferro tentava transformar as cidades e o país em geral numa grande fachada de bom gosto captável ao primeiro olhar (ver supra). Os comentários jornalísticos da altura são, aliás, bem elucidativos sobre o forte impacte visual que os certames de arte popular do SNI suscitavam. A Exposição de Arte Popular organizada em 1936, por exemplo, era anunciada como uma "gigantesca tela polícroma" e uma "sinfonia de cor" (*Diário da Manhã*, 4 de Maio de 1936), e as reportagens sobre o Centro Regional da Exposição do Mundo Português de 1940 seguem o mesmo registo, descrevendo os seus pavilhões como "palácios de arte e de bom gosto" e falando de "salas repletas de beleza, ordenadas, em que as maravilhas se sucedem às maravilhas (...)." (*O Século*, 3 de Julho de 1940). A importância da equipa de pintores-decoradores do SPN na organização das iniciativas folcloristas do Secretariado, e as fórmulas modernistas de pendor esteticizante por eles usadas na apresentação dos materiais etnográficos (cf. *e.g.* Santos 1995: 465), são outro testemunho das fortes preocupações de Ferro em relação ao arranjo decorativo dos certames de arte popular.

Também o Concurso da Aldeia Mais Portuguesa de Portugal foi sobretudo um pretexto para um vasto conjunto de encenações da cultura popular, que transformaram as povoações concorrentes em quadros de pura contemplação. Apesar de se deslocarem ao "campo", Ferro e o seu séquito não se depararam com as localidades no seu quotidiano, mas sim com uma sucessão de elaborados "frescos" da vida aldeã propositadamente criados para o efeito.[9] Por isso o director do SPN afirmaria que o concurso correspondera ao desejo de "transformar Portugal rústico numa constante exposição viva de arte popular" (Ferro 1947: s.p.) Esta iniciativa acabou por ser, de facto, mais uma das várias exposições de arte popular criadas pelo SPN/SNI; um Centro Regional antecipado,

7 Este é um facto analisado por vários autores a propósito de exposições etnográficas e festivais de folclore noutros lugares, e em épocas mais recentes. Como sublinha Barbara Kirshemblatt-Gimblett (1991: 428), um dos traços marcantes de tal tipo de evento é, precisamente, a forma como a espectacularização das manifestações culturais aí desenvolvida tende a apagar os traços de conflito e de marginalidade inerentes às comunidades assim representadas. Sobre as precárias condições de vida nos campos portugueses durante as décadas de 1930 e 1940, ver Rosas (1994: 48-59).

8 Para um panorama sintético destas iniciativas, ver Henriques (1990: 55-56).

9 Sobre alguns aspectos do processo de encenação a que, por exemplo, a aldeia de Monsanto foi sujeita durante o concurso, ver Brito (1982: 523) e Alves (1997: 251-52).

onde as aldeias surgiam como cenários de si mesmas, arranjadas para um grupo restrito de visitantes. Os seus habitantes foram reduzidos a componentes de uma espécie de *life group*: apesar de estarem nas suas terras e nas suas casas, foram integrados em cenas cuidadosamente estudadas para se tornarem num objecto de observação e deslumbre. Os relatos das visitas que o SPN fez a algumas das aldeias concorrentes revelam bem o modo como o júri vindo da capital era confrontado, em apenas algumas horas, com uma exaustiva espectacularização da vida rural, que passava por demonstrações de festas e procissões, de trabalho artesanal e agrícola, exibições de danças e cantares, de jogos e trajos, mostras de produtos da zona e de artefactos aí produzidos, visitas a interiores domésticos, etc., etc.[10]

O pendor esteticizante, tão evidente no arranjo cénico dos certames folcloristas realizados pelo SPN/SNI, estava entretanto presente na própria selecção dos materiais etnográficos aí exibidos. Podemos observá-lo numa primeira aproximação às fontes de arquivo relativas à preparação de algumas das exposições então organizadas, bem como do próprio Museu de Arte Popular, as quais nos oferecem diversos exemplos da exclusão de artefactos em função de critérios puramente estéticos. Um dos casos bem reveladores da omnipresença deste crivo nas iniciativas do Secretariado, diz respeito à mostra dedicada a Monsanto (a povoação vencedora do concurso das aldeias de 1938), realizada no estúdio do SPN em 1942. Como tivemos oportunidade de mostrar noutra ocasião (Alves 1997: 247-49), ao escolherem os trajos que deveriam figurar nesta exposição, Francisco Lage (à frente dos serviços de etnografia do SPN durante mais de 20 anos) e Sales Viana (erudito albicastrense que colaborara variadas vezes nos certames folcloristas do Secretariado), eliminaram os fatos mais humildes e de menor efeito decorativo, recusando igualmente a exibição de qualquer elemento que revelasse a pobreza extrema de alguns monsantinos. Também aquando dos preparativos da Exposição do Trajo Regional de Viana do Castelo, realizada em 1945, e ao ser confrontado com uma primeira

10 Repare-se na descrição da apresentação de Peroguarda, aldeia do Baixo Alentejo, ao júri nacional, oferecida por um jornal local da altura:

> "Às doze horas chegou a comitiva à Aldeia de Peroguarda, sendo recebida entre aclamações frenéticas, estralajar de foguetes, ao som de 'A Portuguesa' tocada pela banda de Beringel (...).
> Seguiu-se a visita à Exposição de Artes e Indústrias populares regionais; a parada de carros regionais e alfaias agrícolas (...); o almoço regional servido ao ar livre na bela e aprazível quinta do Ex.mo Senhor José Manuel Sevinate; apresentação de ranchos de azeitoneiras, ceifeiras e pastores em trajos regionais; cantares alentejanos e modas alentejanas, cantares ao desafio à viola; recitativos por um ceguinho e analfabeto; danças regionais de 'polqueado' e 'marcadinho' e exibição de um exímio tocador de concertina; visita ao interior de algumas casas; inspecção de mobiliário regional, forno de freguesia, etc., etc. (...)
> Pelas seis horas retiraram para Évora o Ex.mo Júri e a sua Comitiva, sendo na despedida afectuosamente aclamados pelo povo e largamente saudados com muita gratidão e simpatia." (*Notícias de Beja*, 8 de Outubro de 1938, cit. em Roque 1940: 125-26).

selecção de peças, Francisco Lage é peremptório na rejeição dos itens menos vistosos da indumentária daquela região minhota:

> Não será possível organizar-se uma Exposição visualmente equilibrada com tudo o que aqui está, do que resultaria em certos aspectos, um grande amontoado de roupas de uso. Quero referir-me, principalmente à abundância de camisas brancas. O branco já de si é muito difícil de expor valorizando-se, e nesta quantidade pior ainda. Há outros pormenores que também não interessam demasiado, pois não devemos perder de vista que se trata de uma Exposição e não de uma Secção de Museu.[11]

Apesar de Lage distinguir os pressupostos que deveriam presidir à montagem de uma exposição daqueles subjacentes à organização de um espaço museológico, poucos anos depois, já no âmbito da aquisição de peças para o Museu de Arte Popular – instituição que tem subjacente uma relação ambígua com a etnografia da época –,[12] podemos constatar alguns casos em que a escolha dos objectos depende mais uma vez do seu potencial decorativo. É o que está patente nos comentários de Francisco Lage a propósito de um Tabuleiro de Tomar que havia sido encomendado através da Câmara Municipal daquela localidade, e em relação ao qual Lage se mostra altamente insatisfeito, queixando-se, justamente, de uma "concepção decorativa demasiado monótona"[13] e de uma execução "pouco feliz"[14] por parte da artesã que fora encarregue de o manufacturar, devido à escolha de flores de uma única cor. "Com esta decoração uniforme de cor azul, argumentava Lage, o tabuleiro resulta frio não sendo possível a sua valorização na sala a que estava destinado (...)."[15]A orientação esteticizante aqui patente, acaba, entretanto, por impregnar a própria forma como o SNI define aquilo que é a cultura popular portuguesa genuína, o que se percebe, por exemplo, nas dissertações de Francisco Lage acerca do mobiliário regional:

> Pelo hábito de se falar em mobiliário regional português tem-se a enganadora ideia de que ele tem existência real e pode adquirir-se, o que não sucede de facto. *Exceptuando o mobiliário da casa rústica das províncias portuguesas, que*

11 Ofício n.º 187/320 de 20 de Fevereiro de 1945, Arquivo Histórico do SPN/SNI (AHS), pasta 320-n.º 1. Note-se que este arquivo foi consultado quando ainda estava em armazém, à guarda da Presidência do Conselho de Ministros.

12 A propósito do Museu de Arte Popular, e comparando-o com aquele que na mesma altura se designava como Museu Etnológico Dr. Leite de Vasconcelos, Jorge Freitas Branco (1995: 169) sugere que aí "a relação a criar entre o poder político e o povo, não será mediatizada por cientistas, mas por artistas."

13 Ofício n.º 728-3.ª Sec./Ref.ª 323 de 22 de Abril de 1948, AHS, pasta 323-n.º 1.

14 Ofício n.º 727-3.ª Sec./Ref.ª 323 de 28 de Abril de 1948, AHS, pasta 323-n.º 1.

15 *Ibid.*

desempenha a simples função utilitária, primário e sem carácter definido, pobre de imaginação construtiva, muito longe de ter um estilo afirmativo e portanto sem qualquer categoria representativa, nada existe que permita uma utilização digna." (meus itálicos)

E, mais adiante, no mesmo documento:

> Ora, o que presentemente não existe, porque foi destruído em larguíssima escala por influência da moda (...) e muita ignorância, já existiu entre nós desde o séc. XVI até ao séc. XIX: mobiliário genuinamente nacional, de estilo regional e características portuguesas, com alto poder decorativo e representativo em qualquer parte, construído em tradicionais madeiras de castanho, nogueira e espécies exóticas provenientes dos nossos domínios ultramarinos (...).[16]

Quando Francisco Lage defendia a inexistência actual de mobiliário genuinamente nacional, estava, pois, a referir-se apenas a um tipo de mobiliário – àquele que, na sua perspectiva, teria valor ornamental. Os móveis de traços simples e de pura função utilitária não tinham lugar no quadro geral da cultura popular portuguesa erigida pelo SPN/SNI. Como não tinha lugar qualquer objecto artesanal enquanto testemunho de um modo de vida ou de determinadas relações sociais ou práticas e valores culturais. Era um quadro que compreendia quase exclusivamente o "alto poder decorativo e representativo" da cultura material do meio rural, isto é, o seu valor estético, passível de a transformar em emblema de uma identidade nacional exclusiva.

Os vários casos que acabámos de comentar – a escolha dos trajos para a exposição dedicada a Monsanto da Beira, a recusa em exibir roupa de uso (de cor branca) na mostra do trajo de Viana do Castelo, a rejeição do tabuleiro de Tomar feito com flores de uma única tonalidade e a desvalorização do mobiliário das casas rústicas, "pobre de imaginação" – sugerem um padrão de aproximação à cultura popular, de acordo com o qual, os artefactos e práticas populares que se mostravam vulgares e humildes, monótonos ou frios, desprovidos portanto de poder decorativo e incapazes de causar impacto visual, não eram tidos como representativos da cultura nacional. Uma segunda aproximação à manipulação dos materiais etnográficos subjacente à política folclorista do SNI permite, entretanto, perceber o quadro mais global do processo de selecção registado acima, dando-nos a ver as configurações da cultura popular portuguesa nas quais o Secretariado se concentrou de forma mais recorrente. Trata-se de uma abordagem – explorada aqui de forma parcial – que passa

16 Ofício n.º 1637-3.ª Sec./Ref.ª 12.247 de 7 de Outubro de 1952, AHS, Pasta de ofícios da 3.ª repartição-1952.

sobretudo pela análise de fontes secundárias constituídas por catálogos das exposições de síntese da arte popular portuguesa e pelos roteiros que as acompanharam, e de documentação de arquivo relativa a róis de objectos enviados para certas mostras realizadas no estrangeiro. Uma via que nos conduzirá, finalmente, aos principais traços da imagem do povo português veiculada pela campanha folclorista do SNI.

"UM GRANDE E VISTOSO SÉQUITO DE PEQUENAS COISAS". AS MINIATURAS E O RETRATO AMORÁVEL DA NAÇÃO

A primeira impressão que temos quando analisamos alguns dos catálogos das mostras de arte popular do Secretariado, ou os róis de peças enviadas ao estrangeiro no contexto de certames vários, é a de uma insistência nas miniaturas e reduções de toda a espécie, como forma de apresentar os artefactos da vida popular. Foi talvez ao confrontar-me com a documentação relativa à Exposição de Arte Popular levada a Sevilha em 1944, que tal traço se revelou com maior clareza: para a festa que o SPN então organizou, enviou-se, entre outros objectos de tamanho reduzido, "10 pares de chinelinhas de verniz, bordadas a cores (reduções)", "27 açafatinhos finos de verga branca", "100 canastrinhas de varina (reduções)", "50 cestinhos 'poceiros' (reduções)", "50 cestinhas de vindima (reduções)", "50 tarros pequenos de cortiça", "194 bacorinhos de barro negro", "195 bonecos de barro vidrado", "92 bonecos de madeira pintada, reproduzindo diversos tipos regionais estilizados", "345 bonecos de barro pintado de Barcelos", "800 peças de liça de barro negro gravado, modelos diversos (reduções)".[17]

Estamos perante um conjunto vasto de pequenos objectos para oferecer como s*ouvenirs* aos visitantes da exposição e a convidados vários, e não propriamente para expor mas, quando examinamos as fontes respeitantes a outros certames de cariz etnográfico, notamos a presença desta mesma tendência. As informações mais completas são fornecidas pela documentação relativa à Exposição de Arte Popular de 1936, que reuniu cerca de oitocentas peças: de acordo com o seu catálogo, podemos verificar que se exibiram aí vários tipos de reduções: modelos reduzidos de embarcações, de arados e outras alfaias agrícolas, e de carros rurais, reduções de construções várias, como moinhos, casas rústicas e chaminés algarvias, e também miniaturas de peças de cestaria e de olaria, de mobiliário e de instrumentos de trabalho.[18] Simultaneamente, destacavam-se nesta mostra uma série de elementos da arte popular portuguesa que eram miniaturas em si mesmos, como os bonecos de barro de Estremoz, na sua maior parte figurinhas de presépio; os Mascatos de Gaia (bonecos das

17 Cf. "Objectos e artigos destinados a festas da 'Exposição de Arte Popular Portuguesa' em Sevilha (Relação)", AHS, Pasta SNI/1.ª Repartição/1.ª Secção/n.º 1/Assunto 34/ano 1944/34030.
18 Cf. *Catálogo da Exposição de Arte Popular Portuguesa*, Lisboa, Edições SPN, 1936.

Cascatas do S. João) ou o figurado de Barcelos, com os conhecidos músicos de banda e as figuras de animais. De Barcelos expunham-se mais de sessenta peças de barro pintado e de Estremoz outras tantas dezenas.[19] A grande atracção do evento foram, entretanto, os 48 pequenos manequins – de sessenta centímetros de altura – rigorosamente vestidos com diferentes trajos regionais (cf. *A Voz*, 6 de Junho de 1936). Estes manequins farão, aliás, parte de todas as exposições de síntese de arte popular organizadas pelo SNI.

Para explicar tal insistência nas miniaturas e nos modelos reduzidos, poderíamos talvez ater-nos a razões de ordem prática: a representação de barcos ou de carros rurais numa escala real, por exemplo, seria impossível num espaço como o estúdio do SPN; por outro lado, os pequenos objectos eram de fácil envio para mostras realizadas extramuros. Imaginamos, contudo, que outras soluções, como o recurso à fotografia ou a espaços de exposição de maior dimensão, teriam sido possíveis. E, com efeito, se seguirmos as propostas de alguns autores, percebemos que esta forte presença das miniaturas nas mostras de arte popular do Secretariado encerra significados culturais precisos. Em *La Pensée Sauvage* (1962: 33-35), Claude Lévi-Strauss dá-nos uma primeira pista sobre

Figura 1
Bilhete postal representando um aspecto da Sala de Arte Popular do Pavilhão de Portugal na Exposição Internacional de Paris de 1937.

19 Cf. *ibid,*. pp. 39-40.

este problema, ao associar as reduções (como os jardins japoneses ou os barcos em miniatura) ao prazer estético: "todo o modelo reduzido tem uma vocação estética" (*id. ibid.*: 34), diz o antropólogo, sugerindo que tal se deve ao comprazimento que adviria do facto de esses objectos permitirem (ou darem a ilusão de permitir) ter uma percepção imediata do todo. Tomando em consideração este ponto de vista, podemos dizer que a escolha de miniaturas como forma de representar determinados objectos da vida rural portuguesa pode ler-se, desde logo, em função de um vector mais vasto de aproximação aos materiais etnográficos de que já falámos e que tem a ver com uma concepção esteticizante da cultura popular. A miniatura será talvez a forma "perfeita" de despertar a emoção do visitante, constituindo o índice máximo da esteticização a que o SNI sujeitou os objectos populares. Os testemunhos desse deslumbre provocado pelos certames folcloristas do Secretariado, encontramo-los nas reportagens da época: um jornalista que visitou a mostra de 1936, por exemplo, dizia-se "enlevado, beato de encantamento" e "maravilhado (...) com a beleza" das peças expostas (*Diário de Notícias*, 5 de Junho de 1936). Este texto glosava, afinal, as palavras do catálogo dessa mesma exposição, na introdução do qual Luís Chaves escrevia:

> Observem-se a inquietude e a vibração do artista nas linhas, nos volumes, nas côres, na vida magnífica das figuras, ou no jogo irisado e tão rico da tecelagem policroma (...)
>
> Entremos de chofre na exposição.
>
> Temos a comoção das crianças quando vêem repentinamente no céu do arraial a chuva de mil cores em que se desfazem as girândolas festivas. Cor que vibra, vida que estraleja, esfuziante. Sempre a mesma coisa em tudo, e sempre tudo diferente.
>
> É assim porque a arte popular tem essência decorativa (...).[20]

A perspectiva de Lévi-Strauss – ligando as miniaturas ao comprazimento estético – leva-nos, assim, a relacionar aquilo que apareceu como dado isolado com os restantes elementos que ocupam um lugar proeminente nas exposições de arte popular do SNI e que são escolhidos em função do seu impacto decorativo. Falando, por exemplo, das "tecelagens que revestem as paredes das salas" da exposição, Luís Chaves e Cardoso Marta (os autores do catálogo) descrevem um "oceano largo onde se escalonam ou fundem todas as nuanças do arco-íris e aparecem a par de uma grande simpleza de técnica, uma originalidade de debuxo e uma riqueza de côres incomparáveis[21]." E a propósito dos carros, em particular os da província alentejana, exultam:

20 *Ibid.*, p. 3.
21 *Ibid.*, p. 66.

> Sulcam a planura alentejana, como nas caravanas da estepe russa, os carros típicos da região (...). Aí temos o carrão (...), o da palha, o da lenha e pouco mais. O que neles porém há para admirar, é a opulência dos jaezes, cobrindo o lombo e as ancas dos animais, enfeitadas com desenhos geométricos talhados à tesoura. Dos teares alentejanos saem as cabeçadas, cilhas, cabrestos e atafais para arreio do gado de tiro, carga e cavalaria, de tradição mourisca com paralelo em Espanha e que são uma maravilhosa sinfonia de côres, onde sobressai em maior a matiz das lãs encarnadas e amarelas.
>
> Vê-los passar em ovante cavalgada, a caminho das feiras e romarias do distrito de Portalegre, Évora e Beja, à mistura com os arreios mais sóbrios de pele de cabra e raposa e os ceirões de esparto, é uma lisonja para a pupila do viajante, um acicate à cupidez do etnógrafo e do turista, e um deslumbramento para o pintor de costumes regionalistas.[22]

Um estudo de Catherine n'Diaye em torno do fenómeno da *coquetterie* (1989 [1987]), fornece, entretanto, outros dados de relevo que permitem aprofundar a nossa reflexão em torno do recurso às reduções nas exposições de arte popular do SNI: a autora começa por comparar o gosto pela miniatura aos usos do pormenor, fixando-se nas rendas – as quais "vêm precisamente saciar esse desejo de encontrar a profusão do mais pequeno" (*ibid.*: 98) –, e em certas jóias – "verdadeiros monumentos em miniatura" (*ibid.*: 105) –, como exemplos concretos desse enlace. Como sugere n'Diaye, a atracção irresistível pelos pequenos mundos e o fascínio pelos pormenores constituem parte de uma mesma inclinação: "numa miniatura só há pormenores." (*ibid.*: 106).

Ora, esta ideia alertou-nos para um outro conjunto de peças que foi alvo de um particular enfoque nas mostras do Secretariado e que se destacava pela abundante carga ornamental, pela profusão de motivos e pela delicadeza de formas. O catálogo da Exposição de 1936 é a este respeito, e mais uma vez, bastante elucidativo: nele figuravam os bordados (de Guimarães, de Niza, de Viana do Castelo) e as rendas (de Peniche, de Vila-do-Conde) – estas apresentadas como uma forma de escultura que "transforma superfícies em relevos" e "planos em saliências".[23] Surgiam, também em lugar proeminente, as filigranas – objectos da ourivesaria popular profusamente trabalhados que Chaves e Cardoso Marta descrevem como "rendas de fio de prata e rendas de fio de ouro".[24] Mas é a secção dedicada às chamadas artes menores (da madeira, da cortiça, do osso, do chifre e do papel), integrando mais de duzentas peças, que expõe os artefactos de maior exuberância decorativa. Aí estavam englobados os objectos da chamada arte pastoril, como as peças de cortiça bordadas

22 *Ibid.*, p. 29.
23 *Ibid.*, p. 63.
24 *Ibid.*, p. 58.

e gravadas, as cornas e polvorinhos de chifre bordados, que se salientavam, segundo o mesmo catálogo, pela "opulência artística", e os artefactos de madeira decorada, por vezes profusamente entalhada ou lavrada, entre as quais se distinguiam as colheres ornamentadas de desenhos abertos e incisos, com motivos em grande abundância. Em algumas destas peças, o culto do detalhe e a exploração da miniatura apareciam sobrepostos num trabalho de profunda minúcia: é o caso de uma "colher de madeira, de cabo ornamentado com desenhos abertos incisos, e terminado por duas sineiras e uma figura humana dentro de um nicho, que lhe dá forma de torre ou fachada de templo",[25] ou ainda de uma surpreendente "Corna para azeitonas com desvairados desenhos incisos onde se vêem figuras humanas, cruzes de cristo, animais, signo-saimão, estrelas, árvores, navios, moedas, navalhas, violas, etc., as datas 1886, 1891 e 1896, várias iniciais e palavras."[26] Outro conjunto de objectos que se salientava era constituído pelas cangas e jugos "esculpidos, de formoso lavor",[27] bem como os papéis recortados e arrendados para ornamentação de doces e castiçais. Noutra secção havia ainda as peças de cerâmica, policromas e com decorações diversas. Os manequins com trajos regionais exibidos nos certames do SPN são um exemplo flagrante dessa associação entre o pequeno e a exploração do detalhe. Ao descrevê-los, as notícias da época sublinham, justamente, a "perfeição e minúcia da indumentária"(*A Voz*, 6 de Junho de 1936), evocando-os como "pequenas obras primas no género" (*Diário da Manhã*, 5 de Junho de 1936). Toda esta orientação é enfatizada pelo próprio Ferro que, numa cerimónia realizada em 1939, evocava a "embaixada das nossas bonecas regionais" enviada a Genebra quatro anos antes, lembrando como a mesma fora acompanhada por "um grande e vistosos séquito de pequenas coisas – jugos floridos, rocas vistosas, pequenas obras-primas da olaria rústica, mantas, tapetes, ex-votos (...)" (1947: s.p.).

Tudo girava, enfim, em torno de artefactos que se caracterizavam pela exploração do pormenor, pela excessiva decoração e pela miniaturização. Esta ligação inextricável do pormenor e da minatura terá, entretanto, uma leitura que vai mais longe do que aquela que Lévi-Strauss sugeria. Seguindo ainda o texto de n'Diaye, percebemos que o culto do acessório proporciona um apego amoroso: "O que agrada, o que proporciona a adesão apaixonada, afirma n'Diaye, é o pormenor, o acessório" (1989 [1987]: 108). Explorar imagens marcadas pela minúcia e pelo minúsculo equivale pois a suscitar reacções em que o prazer estético está associado a um intenso envolvimento emocional. E de facto o discurso que acompanha as iniciativas do SNI é diversas vezes atravessado por expressões como amor, ternura ou carinho.[28] O enfoque no

25 *Ibid.*, pp. 11-12.

26 *Ibid.*, p. 13.

27 *Ibid.*, p. 28.

28 A propósito do certame de 1936, escrevia-se: "(...) toda a gente que ontem percorreu a Exposição de Arte Popular Portuguesa, desde o sr. Presidente do Conselho ao mais modesto dos [continua]

pequeno e no miniaturizado como objecto de afecto é também intensificado por imagens patentes no discurso de António Ferro e dos seus colaboradores, que infantilizam o universo da cultura popular e dos certames que a representam: o Centro Regional da Exposição do Mundo Português, por exemplo, era aclamado pelo director do SPN como o "*conto de fadas* do nosso génio popular",[29] enquanto Luís Chaves, como vimos acima, no texto de apresentação do catálogo da Exposição de 1936 antecipa a reacção do visitante, comparando-a à comoção das crianças quando vêem os fogos de artifício. Já em 1948, o Museu de Arte Popular apresentava a sala do Minho – primeiro espaço com que o visitante se deparava e aquele que se destacava pela grande quantidade de objectos de forte impacto decorativo – como "a caixa de brinquedos de Portugal". O fascínio perante as pequenas peças de arte popular portuguesa, que transforma os que com ela se deparam em crianças embevecidas perante brinquedos e contos de fadas, já tinha sido aliás percebido por Ferro quando, alguns anos antes da criação do SPN, trabalhara como repórter internacional: numa das suas reportagens sobre a Exposição de Barcelona de 1929 – usando já as metáforas que mais tarde utilizará para falar das exposições organizadas por si próprio – descrevia com particular vivacidade a presença dos reis de Espanha na secção portuguesa, relatando aquele que teria sido o episódio mais tocante da sua visita (*Diário de Notícias*, 20 de Maio de 1929):

> Num ângulo da "vitrine" (...) repousam, como numa praia sossegada, algumas filigranas portuguesas, caixinhas, um coração que é uma renda, uma caravela minúscula... A rainha de Espanha (...), não contém o seu entusiasmo infantil, sincero diante da caravela de filigrana onde os seus olhos claros são marinheiros... Deixa de ser uma rainha, é uma linda princesa de cabelos caídos...
>
> — Oh! Le petit barquito...
>
> E por um pouco que não bate palmas – chama a filha, a duquesa de Dureal, a duquesa de Santona, leva-as junto da "vitrine" e exclama extasiada (...):
>
> — Ça m'amuse tellement...
>
> E voltando-se para os portugueses (...):
>
> — Je suis profondement tochée...
>
> E vai chamar (...) todo o séquito, para contemplar e admirar a pequena maravilha, doirada e linda, grão de milho do Império, duma aventura de

visitantes nelas se extasiou e enterneceu e nela deixou ficar uma parcela do seu coração." (*Diário de Notícias*, 5 de Junho de 1936).

29 Em consonância com a imagem enunciada por Ferro, a sala de entrada dos pavilhões que constituíam este Centro Regional era constituída por um grande carrossel giratório povoado por pequenos bonecos de madeira mecanizados que simulavam o trabalho de diferentes ofícios, evocando as figuras populares da diferentes regiões do país.

conto de fadas... Oferecem-lha, por fim. E logo a rainha, aceitando o presente humilde, como se aceitasse uma boneca desajeitada, cobiçada atrás da "vitrine":

— Je vous remercie infinitement...

As raízes desta aproximação à arte popular devemos encontrá-las, contudo, nos finais do século XIX e ao longo das primeiras décadas de novecentos. Como demonstram alguns dos textos que João Leal tem vindo a dedicar à história da antropologia portuguesa, a arte popular foi alvo de especial atenção por parte da etnografia dos anos 1910 e 1920 (cf. Leal 2000; 2006), de tal modo que, "no decurso da I República, etnografia e arte popular se tornam domínios quase sinónimos entre si" (*id.*, 2006: 134-35). Ainda segundo Leal, é neste contexto que vemos um etnógrafo como Vergílio Correia desenvolver todo um discurso "marcado pela exaltação das virtualidades estéticas dos produtos populares" e pela sua "apropriação nacionalista", no qual, além do mais, já se pode surpreender claramente a submissão da arte popular a um "tratamento miniatural" (*ibid.*: 137-38).

O projecto de afirmação da nação que domina a política folclorista do SNI vai assim beneficiar de um trabalho já realizado (cf. Leal 2000: 47). Ao expor a multitude de objectos "encantadores" que a etnografia vinha identificando desde há décadas, os certames do Secretariado – apresentados como revelações da alma nacional – estendiam os sentimentos de ternura suscitados por esses mesmos objectos ao próprio país, transformando a arte popular em instrumento de uma adesão amorosa à nação. Em causa estava não apenas a celebração da pátria junto dos portugueses, mas também, e como a reportagem de António Ferro ilustra, a criação de uma forte atracção pelo país por parte dos estrangeiros. Por outro lado, as miniaturas e os artefactos rurais com forte carga decorativa – facilmente transformados em *souvenirs* e em objectos de adorno e decoração – formavam um veículo ideal de amor pela pátria no espaço privado da casa e no dia-a-dia dos grupos sociais que se dedicavam à decoração do "lar", frequentavam as pousadas e outros espaços públicos que a política do gosto do SNI contemplou. Ou seja, através de tais objectos, o país constituía-se, também, em objecto de afeição quotidiana. Aliás, os eventos folcloristas do SNI remetem muitas vezes para retratos miniaturais e amoráveis da própria nação, como acontece a propósito do recinto das aldeias portuguesas do Centro Regional que, nas palavras de Ferro, seria "um Portugal pequenino onde apetece colher indiferentemente rosas e casas" (*Novidades*, 3 de Julho de 1940). Também Monsanto da Beira, transformada num emblema do país a partir do concurso das aldeias, é revestida dessa pequenez, proporcionada aliás pela sua morfologia de povoação concentrada num monte. Na brochura que o SNI lhe dedica – um pequeno livro decorativo de grafia extremamente cuidada – ela é designada como a "pequenina, mas altaneira terra beiroa". (Ferro 1947: s.p.).

A CONSTRUÇÃO DO CAMPONÊS-ESTETA

Entretanto, todas estas pequenas e ornamentadas coisas que eram mostradas nas exposições de arte popular do SNI, descontextualizadas e separadas em absoluto das relações sociais em que eram produzidas, nada falam do trabalhador rural, metamorfoseado em artista. António Ferro ilustra bem esta tendência quando, no discurso de inauguração do Museu de Arte Popular, designava a arte popular como a "poesia dos simples" (1948b: 25). Nas notícias que o SPN fez publicar aquando da Exposição de Arte Popular de 1936, a mesma ideia é sublinhada, em alusões aos "artistas ignorados" (*Diário da Manhã*, 5 de Maio de 1936), ao "engenho e (...) imaginação do nosso povo" (*Diário da Manhã*, 24 de Maio de 1936) ou ao "génio criador e artístico dum Portugal desconhecido" (*ibid.*). Os textos etnográficos que acompanham as iniciativas folcloristas do Secretariado, por sua vez, estão também eles repletos de referências à qualidade artística do homem rústico: Luís Chaves, apresentando o acervo exibido na mostra de 1936, constantemente nos remete para a imensa criatividade do povo: falando da "nunca exausta fantasia" dos oleiros;[30] chamando a atenção para os tecidos e tapeçarias que "mãos rústicas, guiadas por um fino instinto decorador, conseguiram arrancar a uns novelos de lã ou a fibras ásperas de linho";[31] evocando o barrista que "dispersa talento" e "espalha obra";[32] e explicando como "o artista popular procura dar o máximo brilho atractivo às mínimas obras de sua criação".[33] Quanto ao pastor, "deixem-lhes à mão um pedaço de buxo, cortiça ou chifre, e do manancial profundo brotará para cada pedaço uma jóia[34]." Aquando do Concurso da Aldeia Mais Portuguesa de Portugal vemos os relatórios provinciais repetirem essa mesma imagem, perdendo-se em idealizações da vida rural. Assim, no relatório sobre Peroguarda (Roque 1940: 27-29), escrevia-se:

> Nas artes populares muito de interesse se encontra em Peroguarda, como de resto em quasi todas as nossas Aldeias, onde o *trabalhador artista* consagra todos os momentos de repouso ou de falta de trabalho a alindar o seu lar, enfeitando-o com artísticos quadros, de sua imaginação, preferindo, para motivos, aqueles objectos ou utensílios que mais de perto conhece nas suas lides quotidianas, como que para ter a ilusão da continuidade do seu trabalho. Assim, o trabalhador de Peroguarda, nas horas em que lhe seria dado alimentar o ócio, emprega-se cortando engenhosamente uma raíz de oliveira ou de azinheira, para, daí a algum tempo, nos mostrar o *arado*, uma *relha*, uma *pá*, uma sachola, uma *forquilha*, uma machada, uma foice, etc., etc., mil

30 Cf. *Catálogo da Exposição de Arte Popular Portuguesa*, Lisboa, Edições SPN, 1936, p. 48.
31 *Ibid.*, p. 66.
32 *Ibid.*, p. 39.
33 Ibid., p. 39.
34 *Ibid.*, p. 4.

> e um objectos, miniaturas dos intrumentos que, dia-a-dia, durante anos e anos lhe calejam as mãos e que ele parece adorar, colocando-os bem à vista, em quadros a que poderíamos chamar *museus-miniaturas* da alfaia agrícola rural... (itálicos do autor).

E Eurico Sales Viana (1939: 108), autor da parte do relatório do júri provincial da Beira Baixa dedicada à indústria, habitação e trajo, fala do "povo-esteta" que ao longo de gerações foi desenhando o traçado das ruas e das praças das aldeias daquela província, criando coisa "linda, linda de espantar os leigos, linda, capaz de avassalar o mais pintado dos entendidos nos complicados problemas do urbanismo". O retrato amorável do povo português e da nação suscitado pelo tipo de artefactos exibidos nos certames do SNI é pois reforçado pela imagem do camponês-esteta, produtor de peças de arte encantadoras, ele próprio transformado em figura de adorno e em objecto de contemplação e desejo através dos já referidos manequins regionais, ou mesmo de estilizados pequenos bonecos de madeira criados por Tomás de Melo (Tom) que também figuravam nas exposições do Secretariado e nas casas decoradas ao novo gosto do SNI. São os próprios textos que acompanham as iniciativas folcloristas em causa que reproduzem tal representação; leia-se a propósito as impressões que Adolfo Simões Müller deixou numa reportagem que se referia a certa coreografia exibida na aldeia alentejana de Peroguarda durante as provas do concurso de 1938 (cit. em Roque 1940: 127):

> Há qualquer coisa de movimento de brinquedo articulado no desenho deste modo de balhar. Ao vê-lo não pude deixar de pensar em certa caixa de música sobre cuja tampa se movesse, por misteriosos prodígios da técnica, *meia dúzia de pares de bonecos simpáticos e vistosos*, eles de calça justa de boca de sino e chapéu de aba larga, elas de saia rodada presa com "seguranças" a fazer calças, lenço com rebuço passado sobre o queixo, não fosse o vento crestá-las, avental enfeitado com bordados ingenuamente coloridos e botas de cano alto com atacadores verdes ou vermelhos ou azuis. O próprio som do harmónio e da gaita de beiços aumentava a ilusão mais nos fazendo *apetecer trazer para casa aquele maravilhoso entretenimento* (meus itálicos).

Não há, contudo, melhor arauto desta visão do que António Ferro que, ainda em 1933, no livro de entrevistas a Salazar (1982 [1933]: 79-80), comentava assim a paisagem que acompanhava o percurso do carro que servira de abrigo às suas conversas com o ditador:

> Estamos em plena estrada saloia. Passam, de quando em quando, figurinhas ingénuas e toscas, que parecem recortadas dos presépios de Machado de Castro: lavadeiras, leiteirinhas, mulheres da praça ajojadas com cestos de

> frutas e de criação, saloias de Caneças, de Odivelas, da Malveira, que voltam de fazer as suas compras na cidade e que regressam aos lugares, cavalgando os seus machos pacientes, conduzindo as suas alimárias teimosas que parecem brinquedos.

Mais tarde, no prólogo à obra *Vida e Arte o Povo Português*, editada pelo SPN no contexto da comemorações centenárias, Ferro reúne num grande quadro lírico todas estas imagens miniaturais de Portugal e do seu povo (1940: s.p.):

> Vertical, perfilada, a nossa Pátria, no extremo ocidental da Europa, em face do atlântico, alto pinheiro nas dunas, é a grande árvore de Natal do velho mundo carregada de brinquedos divinos: castelos altaneiros, onde descem anjos; capelinhas minúsculas, que são doces do séu; moinhos brancos, frívolos que são as rocas da terra-menina; alminhas e cruzeiros, orações da paisagem; montanhas suaves povoadas de pastores bíblicos; vales que são grandes cestos de flores e de frutas; rios que são as fitas dividindo os vários cantos do poema vergiliano; jardins onde a nossa alma colhe flores; praias onde o mar não ruge mas canta; planícies onde o sonho galopa, onde o silêncio mora; vinhas inocentes que estão longe de saber que embriagam, que são mães do vinho; espigueiros onde se guarda o milho, altares do pão; árvores, outras árvores penduradas nos ramos frondosos da árvore de Natal, carvalhos, castanheiros, zambujeiros, oliveiras, eucaliptos, ulmeiros... Dentro deste pesépio, desta paisagem, casa de Deus, um grande poeta que se chama "Povo Português", trabalha, sofre, ama e canta.

O SPN/SNI constituía-se no grande divulgador de um retrato poetizado do povo português, desenvolvendo uma acção e um discurso com evidentes implicações políticas. Desde logo, a figura do camponês-esteta, infantilizado e retratado como figura de presépio, fornecia ao regime de Salazar uma visão ternurenta e pacificada da nação (um país de contos de fadas), e um modelo ideal de povo – avesso a lutas sociais, desinteressado dos assuntos políticos, mas também dos aspectos materiais da existência. Perante tais representações, qualquer alusão aos conflitos económicos e sociais que então marcavam Portugal era tranformada numa aberração, retirando-se razão de ser a críticas e apelos à mudança política. Que sentido faria pôr em causa o regime, quando o país era um enorme brinquedo ou presépio, as aldeias lugares idílicos, o trabalhador rural um poeta e os produtos do seu trabalho obras de arte encantadoras e delicadas? Quem visitasse as exposições promovidas por António Ferro ou o Museu de Arte Popular não pensaria certamente nas condições de vida da imensa massa da população que habitava o espaço rural português, muito menos nas circunstâncias políticas em que o país vivia; contemplava e admirava a imensa aptidão artística do povo e acarinhava a sua nação. As classes médias,

em particular, que nos anos 20 haviam contestado a República, associando os governos republicanos ao bolchevismo, vivendo o medo das revoluções e das bombas (cf. Ramos 1994: 605-06), eram agora apaziguadas com adocicadas imagens do país e das suas gentes.

Mas o estereótipo do camponês-esteta permitia, ao mesmo tempo, a revelação de uma identidade nacional exclusiva face ao exterior, baseada na ideia de uma nação lírica, onde até o povo mais rude seria artista. As iniciativas do SNI iam, assim, ao encontro de um dos grandes esterótipos que circulavam sobre Portugal – o do país de poetas – e, simultaneamente, da imagem dos portugueses como gente com a emoção e a ternura à flor da pele (cf. Silva 1997). São ainda os comentários à mostra de 1936 que explicitam esse desígnio, sublinhando a forma como a arte popular portuguesa "de características nitidamente demarcadas", revelaria "o fundo lírico que fez deste povo, o mais ocidental da Europa, o grande poeta (...)".[35] A política folclorista do SPN, que à primeira vista parece ser apenas uma forma de corresponder ao ruralismo e conservadorismo do regime e a um certo tradicionalismo passadista que caracterizava a ideologia salazarista, constituía, afinal, a resposta a uma realidade política mais vasta, numa altura em que na Europa se sentia a grande fragilidade das fronteiras nacionais. Falando de um país de camponeses-estetas a transbordar de criatividade, vivendo intensamente as suas tradições no presente, a arte popular permitia apresentar uma nação que mantinha, vibrante e pleno de vida, o seu alegado carácter único, afirmando-o na actualidade e não apenas enquanto entidade pretérita.

35 Em "A Propósito da Exposição de Arte Popular do Secretariado da Propaganda Nacional", *Cartaz*, Junho/Julho de 1936, p. 7.

BIBLIOGRAFIA

ALVES, Vera Marques, 1997, "Os etnógrafos locais e o Secretariado da Propaganda Nacional: um estudo de caso", *Etnográfica*, 1 (2), 237-257.

——, 2003, "O SNI e os ranchos folclóricos", em J.F. Branco, e S. Castelo-Branco (orgs.), *Vozes do Povo: a Folclorização em Portugal.* Oeiras, Celta, 191-205.

Anónimo, 1936, "A propósito da Exposição de Arte Popular do Secretariado da Propaganda Nacional", *Cartaz*, Junho/Julho, 7-8.

Anónimo, 1942, "Uma casa de campo modelar", *Panorama*. Revista Portuguesa de Arte e Turismo, n.º 10, Ano II, 12-13.

Anónimo, 1946, "Como decorar casas de campo", *Panorama*. Revista Portuguesa de Arte e Turismo, n.º 27, Ano IV, s.p.

BENDIX, Regina, 1997, *In Search of Authenticity: the Formation of Folklore Studies*. Madison, The University of Wisconsin Press.

BESNARD, Pierre, 1979, "La culture populaire, discours et théories", em G. Poujoul, e R. Labourie, *Les Cultures Populaires.* Toulouse, Privat, 53-63.

BILLING, Michael, 1995, *Banal Nationalism.* Londres/Thousand Oaks/Nova Deli, Sage Publications.

BOYES, Georgina, 1993, *The Imagined Village. Culture, Ideology and the English Folk Revival.* Manchester e Nova Iorque, Manchester University Press.

BRANCO, Jorge Freitas, 1995, "Lugares para o povo: uma periodização da cultura popular em Portugal", J.F. Branco, e J. Leal (eds.), "Retratos do país. Actas do colóquio", *Revista Lusitana*, n.os 13/14, 145-177.

BRITO, Joaquim Pais de, 1982, "O Estado Novo e a Aldeia Mais Portuguesa de Portugal", *O Fascismo em Portugal: Actas do Colóquio Realizado na Faculdade de Letras de Lisboa.* Lisboa, A Regra do Jogo, 511-532.

BURKE, Peter, 1981, "The 'discovery' of popular culture", em Raphael Samuel (ed.), *People's History and Socialist History.* Londres, Routledge and Kegan Paul, 216-226.

CARVALHO, Mário Vieira de, 1996, "Música erudita", em F. Rosas, e J.M. Brandão de Brito (dirs.), *Dicionário de História do Estado Novo*, vol. II. Lisboa, Círculo de Leitores, 647-654.

Catálogo da Exposição de Arte Popular Portuguesa. Lisboa, Edições SPN, 1936.

CLARKE, Alison J., 2001, "The aesthetics of social aspiration", em Daniel Miller, *Home Possessions*. Oxford e Nova Iorque, Berg, 23-45.

DAMIANAKOS, Stathis, 1985, "Representations de la paysannerie dans l'éthtnographie grecque (Un cas exemplaire: la fiction clephtique)", AA.VV. *Paysans et Nations d'Europe Centrale et Balkanique.* Paris, Maisonneuve et Larose, 71-86.

FÉLIX, Pedro, 2003 "O concurso 'A Aldeia Mais Portuguesa de Portugal' (1938)", em J.F. Branco, e S. Castelo-Branco (orgs.), *Vozes do Povo: a Folclorização em Portugal.* Oeiras, Celta, 207-232.

FERRO, António, 1940, sem título, *Vida e Arte do Povo Português. Lisboa*, SPN, s.p.

——, s.d., *Dez Anos de Política do Espírito. 1933-1943.* Lisboa, Edições SPN.

——, 1947, sem título, *Monsanto.* Lisboa, Edições SNI.

——, 1948a, *Apontamentos para uma Exposição*, Lisboa, Edições SNI.

——, 1948b, *Museu de Arte Popular*. Lisboa, Edições SNI.

——, 1949, *Turismo. Fonte de Riqueza e de Poesia.* Lisboa, edições SNI.

FERRO, António, 1982 [1933], *Salazar. O Homem e a Sua Obra.* Lisboa, Edições Fernando Pereira.

FRYKMAN, J., e Orvar Löfgren, 1987, *The Culture Builders: a Historical Anthropology of Middle-Class Life*. Nova Brunswick: Rutgers University Press.

GELLNER, Ernest, 1993 [1983], *Nações e Nacionalismo.* Lisboa, Gradiva.

HELLSPONG, Mats, e Barbro Klein, 1994, "Folk art and folklife studies in Sweden", em Barbro Klein, e Mats Widbom (eds.), *Swedish Folk Art. All Tradition is Change.* Nova Iorque, Harry N. Abrams: 17-39.

HENRIQUES, Raquel Pereira, 1990, *António Ferro. Estudo e Antologia.* Lisboa, Publicações Alfa.

KIRSHEMBLATT-GIMBLETT, Barbara, 1991, "Objects of ethography", em I. Karp, e S.D. Levine (orgs.), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display.* Washington, Smithsonian Institution Pres, 387-443.

LEAL, João, 2000, *Etnografias Portuguesas (1870-1970): Cultura Popular e Identidade Nacional.* Lisboa, Publicações Dom Quixote.

——, 2006, *Antropologia em Portugal. Mestres, Percursos, Transições*. Lisboa, Livros Horizonte.

LÉVI-STRAUSS, Claude, 1962, *La Pensée Sauvage.* Paris, Librairie Plon.

LÖFGREN, Orvar, 1989, "The nationalization of culture", *Ethnologia Europaea*, XIX, 5-24.

——, 1993, "Materializing the nation in Sweden and America", *Ethnos*, 58 (III-IV), 161-196.

MATOS, Manuel Cadafaz, 1984, "A fomentação por parte do Estado no desenvolvimento da ciência etnomusicológica", *Colóquio sobre Música Popular Portuguesa. Comunicações e Conclusões.* Lisboa, Inatel, 119-143.

N'DIAYE, Catherine, 1989 [1987], *Coquetterie ou a Paixão do Pormenor.* Lisboa, Edições 70.

RAMOS, Rui, 1994, "A segunda fundação (1890-1926)", em J. Mattoso (dir.), *História de Portugal*, vol. VI. Lisboa, Editorial Estampa.

ROQUE, Joaquim, 1940, *Alentejo Cem por Cento. Subsídios para o Estudo dos Costumes, Tradições, Etnografia e Folclore Regionais.* [Beja].

ROSAS, Fernando (coord.), 1994, "O Estado Novo (1926-1974)", J. Mattoso (dir.), *História de Portugal*, vol. VII. Lisboa, Editorial Estampa.

SAMUEL, Raphael, 1989, "Introduction: exciting to be english", em R. Samuel (ed.), *Patriotism: The Making and Unmaking of British National Identity*, vol. I – *History and Politics.* Londres e Nova Iorque, Routledge, xviii-lxvii.

SANTOS, Rui Afonso, 1995, "O *design* e a decoração em Portugal, 1900-1994", em P. Pereira (dir.), *História da Arte Portuguesa.* vol. III – *Do Barroco à Contemporaneidade.* Lisboa, Temas e Debates, 437-505.

SERRÃO, Joel, 1978, "Da República portuguesa e de Fernando Pessoa nela", em Fernando Pessoa, *Da República (1910-1935).* Lisboa, Ática, 5-98.

SILVA, Augusto Santos, 1994, *Tempos Cruzados. Um Estudo Interpretativo da Cultura Popular.* Porto, Edições Afrontamento.

SILVA, Vítor Aguiar e, 1997, "Portugal, país de poetas", *O Independente*, "Vidas", n.º 486, 5 de Setembro, 30-38.

VIANA, Eurico Sales, 1939, "Concurso da Aldeia Mais Portuguesa. Relatório do júri provincial da Beira Baixa. V – Da indústria, da habitação e do traje", *Ocidente*, V (12), 106--111.

"The poetry of the simple": popular art and nation in the Estado Novo

Vera Marques Alves

Doutoranda em Antropologia no ISCTE

veraalves@clix.pt

In the 1930' and 1940' the *Secretariado da Propaganda Nacional* – the propaganda head office of Salazar's dictatorship – promoted several folkloristic events, which became a core element of the *Estado Novo* current memory. This paper shows how the *Secretariado*'s ethnographic campaign relates mostly with the politics of national identity building developed inside the Portuguese borders and in the international arena. In this context, I examine the selective approach to the folk culture materials evolved in those pratics. I also try to illuminate the ways by witch such materials were used to create a representation of the Portuguese folk as a people of artist-peasants, and of Portugal as a pacific and lovable country.

KEYWORDS: Estado Novo, SPN/SNI, António Ferro, folk art, nation, artist-peasant.